

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL WETA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**Deddy Rachmad Raharjo**  
**0412010269/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2010**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL WETA SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Deddy Rachmad Raharjo**  
**0412010269/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2010**

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL WETA SURABAYA”**.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Bowo Santoso, MM, selaku Dosen Pendamping yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Bapak dan Ibu serta Saudara-saudaraku tercinta yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, Februari 2010

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAKSI</b> .....	xi

## **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. Pemasaran .....	10
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	10
2.2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.2.1.3. Konsep Pemasaran .....	12

2.2.1.4. Tujuan Pemasaran Hotel .....	13
2.2.2. Perilaku Konsumen .....	15
2.2.3. Tinjauan Jasa.....	16
2.2.3.1. Definisi Jasa .....	16
2.2.3.2. Karakteristik Jasa/Layanan .....	17
2.2.4. Kualitas Layanan.....	18
2.2.4.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	18
2.2.4.2. Dimensi Kualitas Layanan .....	19
2.2.5. Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.5.2. Dimensi Kepuasan Konsumen .....	23
2.2.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	24
2.3. Kerangka Konseptual .....	26
2.4. Hipotesis.....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	28
3.1.1. Definisi Operasional.....	28
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	32
3.2. Teknik Penentuan Sampel .....	33
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.3.1. Jenis Data .....	35

3.3.2. Sumber Data .....	35
3.3.3. Pengumpulan Data .....	36
3.4. Teknik Analisis <i>SEM</i> dan Uji Hipotesis .....	36

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	41
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.2. Karakteristik Responden .....	42
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X).....	46
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	50
4.4. Deskripsi Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	53
4.4.1. Evaluasi Atas <i>Outlier</i> .....	53
4.4.2. Uji Reliabilitas .....	54
4.4.3. Uji Validitas .....	55
4.4.4. Uji <i>Construct Reliability dan Variance Ectracted</i> .....	56
4.4.5. Uji Normalitas .....	58
4.4.6. Deteksi <i>Multicollinierity</i> dan Singularity.....	59
4.4.7. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dan Pengujian Hipotesis.....	59
4.4.7.1. Evaluasi Model <i>One Step Approach to SEM</i> .....	59
4.4.7.2. Analisis <i>Unidimensi First Order</i> .....	62
4.4.7.3. Analisis <i>Unidimensi Second Order</i> .....	63
4.4.7.4. Uji Hipotesis Kausalitas .....	63

4.5. Pembahasan .....	64
-----------------------	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	66
-----------------------	----

5.2. Saran .....	66
------------------	----

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Komplain Tahun 2008 .....	4
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	40
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasar Umur.....	43
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasar Tujuan Menginap .....	44
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasar Lama Menginap.....	45
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasar Asal.....	45
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Tangible</i> (X1) .....	46
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Reliability</i> (X2).....	47
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Responsiveness</i> (X3) .....	48
Tabel 4.9. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Assurance</i> (X4).....	49
Tabel 4.10. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Emphaty</i> (X5) .....	50
Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden <i>Attributes Related to Product</i> (Y1) .....	51
Tabel 4.12. Hasil Jawaban Responden <i>Attributes Related to Purchase</i> (Y2).....	52
Tabel 4.13. Uji <i>Outlier Multivariate</i> .....	53
Tabel 4.14. Reliabilitas Data .....	55
Tabel 4.15. Validitas Data.....	56

Tabel 4.16. <i>Construct Reliability &amp; Variance Extracted</i> .....	57
Tabel 4.17. Normalitas Data .....	58
Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Base Model</i> .....	60
Tabel 4.19. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi.....	61
Tabel 4.20. <i>Unidimensi First Order</i> .....	62
Tabel 4.21. <i>Unidimensi Second Order</i> Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.22. <i>Unidimensi Second Order</i> Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4.23. Uji Hipotesis Kausalitas Antar Faktor .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 4.1. Model Pengukuran dan Struktural <i>Base Model</i> .....	60
Gambar 4.2. Model Pengukuran dan Struktural <i>Base Model</i> Modifikasi .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Perhitungan *Structural Equation Modeling*

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL WETA SURABAYA**

**Oleh :**

**Deddy Rachmad Raharjo**

## **ABSTRAKSI**

Pariwisata merupakan salah satu sektor penerimaan devisa negara yang mampu dan dapat bersaing pada kondisi ekonomi yang terpuruk, yang mana kontribusi sektor ini telah mampu menjadi penopang bagi pertumbuhan ekonomi secara makro. Di samping itu, dalam perkembangannya sektor pariwisata selalu berkaitan dengan tempat penginapan (hotel). Hotel WETA Surabaya dihadapkan dengan masalah kepuasan konsumen yang berkurang atas pelayanan yang diberikan di tahun 2008. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel WETA Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang menginap di Hotel WETA Surabaya. Skala pengukuran menggunakan skala interval dan skala pembentukan menggunakan skala *likert*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang sedang menginap di Hotel WETA Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah *SEM (Structural Equation Modeling)* untuk melihat hubungan kausalitas antar faktor.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Keyword :** Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan era globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan (pemasaran) secara tidak langsung dihadapkan pada persaingan sangat ketat. Dimana konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan jasa atau layanan dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Karena itu, konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana jasa itu sampai pada pelanggan tetapi lebih fokus kepada apakah jasa itu telah dapat memenuhi permintaan pelanggan. Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan jasa mengarahkan kegiatan usahanya untuk memberikan layanan yang dapat memberikan keuntungan yang diharapkan. Jika tuntutan pelanggan terpenuhi maka pelanggan akan puas, yang kemudian akan melakukan pembelian ulang dan pada akhirnya pelanggan menjadi tidak mudah untuk pindah jasa lain yang sejenis.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penerimaan devisa negara yang mampu dan dapat bersaing pada kondisi ekonomi yang terpuruk, yang mana kontribusi sektor ini telah mampu menjadi penopang bagi pertumbuhan ekonomi secara makro. Di samping itu, dalam perkembangannya sektor pariwisata selalu berkaitan dengan tempat penginapan (hotel).

Bisnis di bidang perhotelan mempunyai andil yang cukup besar terhadap penerimaan devisa negara. Karena banyaknya wisatawan, baik dari mancanegara maupun domestik dengan menikmati sarana dan prasarana serta harga terjangkau yang terdapat di hotel tersebut. Perhotelan merupakan perusahaan yang masih mempunyai ukuran relatif kecil dimana operasi kegiatan perusahaan tersebut dapat dikerjakan beberapa orang, sehingga pimpinan dapat mengawasi dan mengendalikan segala sesuatu yang terjadi dalam perusahaan secara langsung. Setelah perusahaan berkembang menjadi besar maka partisipasi pemilik atau pimpinan tidak dapat seperti keadaan sebelumnya. Hal ini disebabkan karena ruang lingkup dan luas perusahaan telah meluas sedemikian rupa sehingga struktur organisasi menjadi lebih kompleks. Disamping itu, manajemen dituntut untuk menjaga keamanan harta milik perusahaan, mencegah serta menentukan kesalahan dan penggelapan.

Dalam penelitian ini mengambil obyek pada Hotel WETA Surabaya yang berlokasi di jalan Gentengkali No. 3-11 Surabaya serta letaknya yang tidak jauh dari Balai Kota Surabaya. Hotel WETA adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa khususnya bidang penyewaan kamar hotel. Hotel WETA merupakan hotel berbintang 3 (tiga) dengan 100 kamar hotel dengan bagai jenis kamar yang berbeda. Selain menyewakan kamar, pihak Hotel WETA juga menawarkan beberapa fasilitas hotel yang dapat digunakan oleh pengunjung seperti *coffee shop*, *laundry*, *parking lot*, ruang seminar, ruang *service*, *fax* dan *internet line*

*service*. Hotel WETA juga menawarkan beberapa fasilitas kamar, seperti ; *TV Satelite Programme, IDD Phone, Bathtub / Hotwater, Shower, Minibar, Air Condition* ruang seminar. Pada saat ini Hotel WETA harus bisa menerima kenyataan akan banyaknya persaingan. Persaingan itu timbul terutama setelah adanya beberapa hotel pesaing.

Indikator dalam sebuah pelayanan jasa adalah kualitas pelayanan dari karyawan hotel tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan sangat penting mengingat Hotel WETA adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang perhotelan. Konsumen harus menerima pelayanan yang maksimal agar konsumen dapat memperoleh kepuasan yang maksimal.

Hotel WETA juga tidak terlepas dari bentuk persaingan tersebut. Persaingan-persaingan yang ada harus bisa dilalui oleh pihak Hotel WETA agar dapat terus hidup dan menjaga kredibilitasnya. Data otentik menyebutkan bahwa Hotel WETA pada periode tahun 2004 sampai tahun 2008, jumlah pengunjung mengalami fluktuasi di mana cenderung menurun di tahun 2006 sampai 2008, sebagai berikut : jumlah pengunjung tahun 2004 sebesar 9150 pengunjung sedangkan pada tahun 2005 jumlah pengunjung mengalami penurunan sebesar 9120 pengunjung. Dan pada tahun 2006 jumlah pengunjung mengalami kenaikan sebesar 9180. Pada tahun 2007 jumlah pengunjung mengalami penurunan sebesar 9135 pengunjung. Dan pada tahun 2008 jumlah pengunjung mengalami penurunan sebesar 9100 pengunjung. Apabila hal tersebut sering terjadi



maka pendapatan perusahaan juga menurun, sehingga jika tidak segera dipecahkan akan mengancam kelangsungan usaha dimasa yang datang.

Daftar komplain yang disampaikan oleh konsumen kepada karyawan Hotel WETA sangat mempengaruhi baik tidaknya layanan yang diberikan hotel WETA. Dari data daftar komplain terlihat adanya peningkatan komplain yang disampaikan konsumen kepada karyawan Hotel WETA, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini

**Tabel 1.1. Data Komplain Tahun 2008**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
Januari	15
Februari	16
Maret	14
April	12
Mei	13
Juni	14
Juli	15
Agustus	17
September	20
Oktober	18
Nopember	21
Desember	25

Sumber : Hotel WETA

Dari informasi yang diperoleh dari data komplain di atas, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi jumlah komplain di tahun 2008 di mana cenderung terjadi peningkatan jumlah komplain yang cukup banyak dari bulan Oktober dengan jumlah komplain sebanyak 18 orang, Nopember sebanyak 21 orang dan sampai bulan Desember sebanyak 25 orang. Hal tersebut diindikasikan karena kualitas layanan yang diberikan Hotel WETA kurang baik diantaranya kebersihan ruangan yang masih kurang, pelayanan pegawai yang kurang cepat saat melayani pesanan konsumen dan

sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang menginap di Hotel WETA menurun.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel WETA kepada konsumennya tidak seperti yang diharapkan, yang secara otomatis dapat menurunkan tingkat hunian hotel, tetapi dengan perubahan kondisi dan situasi tersebut bukan merupakan suatu pukulan melainkan pemacu bagi semua bisnis pariwisata khususnya hotel untuk menaikkan tingkat hunian kamar dengan melakukan strategi antisipasi, menyiasati penjualan pada saat sepi, dan memperhatikan berbagai fasilitas yang diperlukan oleh para tamu.

Solusi dari masalah yang dihadapi Hotel WETA agar jumlah pengunjung dapat ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan *omzet* penjualannya adalah dengan meningkatkan kualitas layanannya agar konsumen merasa puas. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (1996:583) dalam Kesumawatie (2005:29), bahwa kualitas produk dan kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen selain itu juga berpengaruh menciptakan keuntungan badan usaha. Semakin tinggi kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh oleh konsumen. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1990:44) dalam Kesumawatie (2005:23) : “*Service quality is the costumer perception’s of the priority of the services*”. Maksudnya kualitas layanan adalah persepsi konsumen

terhadap keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya hanya konsumen yang menilai kualitas layanan suatu badan usaha berkualitas baik atau tidak. Boone dan Kurtz (1995: 439) bahwa: *“Service quality is the primary determinant of consumer satisfaction or dissatisfaction”*. Kualitas layanan menentukan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

Kinner, dan Krentler (1995:671) dalam Kesumawatie (2005:23) pelayanan merupakan suatu aktivitas yang tidak berwujud dan yang memberikan suatu tingkat kepuasan bagi pemakai jasa tersebut tetapi tidak termasuk kepemilikan, dan tidak dapat disimpan atau dipindahkan. Dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL WETA SURABAYA.”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik suatu perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

“Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel WETA Surabaya?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut :

“Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel WETA Surabaya”.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan dapat memahami dan mengilhami minat seorang konsumen dalam memilih sebuah hotel sebagai tempat penginapan.

b. Bagi Hotel WETA

Penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan dan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai cara dalam menangani tingkat hunian kamar. Selain itu juga, dapat memberikan masukan sebagai sumbangan informasi serta bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran dimasa yang akan datang secara baik dan efisien.

c. Bagi Universitas

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi universitas sebagai Dharma Bakti terhadap perguruan tinggi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya.